

Article

« Quelle guerre culturelle ? Les médias américains et québécois et le mythe de la polarisation de la société américaine (Note) »

Frédéric Gagnon

Études internationales, vol. 40, n° 3, 2009, p. 395-416.

Pour citer cet article, utiliser l'information suivante :

URI: <http://id.erudit.org/iderudit/038091ar>

DOI: 10.7202/038091ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

Quelle guerre culturelle ?

Les médias américains et québécois et le mythe de la polarisation de la société américaine

Frédéric GAGNON*

RÉSUMÉ : Ce texte illustre la tendance des médias télévisuels et écrits américains et québécois à exagérer l'importance de la « guerre culturelle » américaine et à présenter la polarisation de la société aux États-Unis comme une réalité indiscutable. Il démontre, en outre, que la thèse d'une société américaine polarisée et déchirée par les guerres culturelles ne fait pourtant pas consensus parmi les experts et propose quelques pistes pour comprendre le décalage entre l'interprétation des médias et celle des spécialistes. La dernière partie du texte décrit l'impact négatif de la popularité médiatique de la thèse de la guerre culturelle sur les sociétés québécoise et américaine ainsi que sur les relations entre le Québec et les États-Unis.

Mots-clés : guerre culturelle, médias, politique américaine, États-Unis, Québec

ABSTRACT : Reviewing the academic literature about the “culture war” debate in the United States, this paper shows that there is no consensus among experts of American politics regarding the thesis that there is a “culture war” under way in the United States and that the American society is polarized on social and moral issues such as abortion, gun control or gay rights. The paper then explains why the arguments debunking the “myth of a polarized America” are relatively absent in the U.S. and Québec media coverage of American politics. The last part of the paper argues that the reproduction of this myth has negative consequences for both U.S. and Québec societies, but also for Québec-U.S. relations.

Keywords : culture war, media, American politics, United States, Québec

[Une guerre culturelle vicieuse est] en cours aux États-Unis. Et le mot « guerre » est très bien choisi. D'un côté, on trouve les traditionalistes comme moi, qui croient que les États-Unis ont été créés pour faire le bien dans le monde. De l'autre côté, on trouve les forces du mouvement progressiste séculier qui veulent changer radicalement les États-Unis ; en faire un pays semblable à l'Europe occidentale.

Bill O'Reilly (2006a : 2)

* Professeur au Département de science politique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et directeur adjoint de l'Observatoire sur les États-Unis de la Chaire Raoul-Dandurand en études stratégiques et diplomatiques.

L'auteur tient à remercier Charles-Philippe David, Claude Corbo, Isabelle Gusse, Karine Prémont, Mélissa Desrochers, un journaliste anonyme de Radio-Canada et les deux évaluateurs externes pour leurs précieux commentaires.

La modération fait partie de l'ADN des Américains [...] La recherche du « bien commun » et la volonté de minimiser les conflits ont toujours été présentes dans l'histoire américaine. Hélas, on l'oublie souvent aujourd'hui en raison [...] de la fascination des experts et des universitaires à l'égard des extrémistes et de l'omniprésence des analyses médiatiques mettant l'accent sur l'idée que les États-Unis sont divisés entre une Amérique « bleue » et une Amérique « rouge ».

Gil Troy (2008 : 81-82)

Lors de son discours à la convention nationale du Parti républicain de 1992, l'ultraconservateur Pat Buchanan affirmait qu'une « guerre culturelle » fait rage aux États-Unis :

Mes amis, cette élection est à propos de qui nous sommes. Elle est à propos de ce en quoi nous croyons en tant qu'Américains. Il y a une guerre religieuse dans ce pays. C'est une guerre culturelle, aussi importante et déterminante pour l'avenir de notre nation que la guerre froide (Buchanan 1992).

Décrit par Buchanan comme un combat pour définir l'identité nationale américaine, c'est-à-dire la signification de l'Amérique en tant que société, ce que les Américains ont été dans le passé, ce qu'ils sont aujourd'hui et ce qu'ils deviendront à l'avenir, le concept de la guerre culturelle suscite de vifs débats depuis. Le plus important d'entre eux oppose les experts de la politique américaine et consiste à savoir si les États-Unis sont désormais divisés en deux blocs relativement homogènes, qui expriment des visions et partagent des valeurs opposées sur des enjeux comme l'avortement, le mariage gai, la séparation entre l'État et l'Église, le port d'armes à feu ou encore le débat entre créationnistes et évolutionnistes¹. À titre indicatif, est-il juste d'affirmer que la société américaine est déchirée entre les démocrates libéraux des côtes Ouest et Est – qui sont « pro-choix », pour le mariage gai et la recherche sur les cellules souches – et les républicains conservateurs du Sud et du Midwest – qui sont « pro-vie », contre le mariage gai et la recherche sur les cellules souches ? Doit-on parler de « deux Amériques » et non d'une seule ?

La première partie de ce texte démontre qu'il existe deux thèses à ce sujet dans la littérature spécialisée. D'une part, certains auteurs croient qu'une guerre culturelle est en cours aux États-Unis et déchire en grande partie la société (Hunter 1991 ; 1994, Gitlin 1995 ; Abramovitz et Saunders 2005 ; Fonte 2000 ; Wolfe 2006 ; Sine 1995 ; Jacoby 1994 ; Greenberg 2005 ; Frank 2004). À leur avis, les Américains adoptent des positions de plus en plus tranchées sur les enjeux et n'hésitent plus à exprimer des opinions soit extrêmement libérales, soit extrêmement conservatrices. D'autre part, d'autres auteurs affirment que la guerre culturelle n'est pas aussi intense qu'on pourrait le croire, voire qu'elle est un mythe (Williams 1997 ; Slack 1999 ; Fiorina *et al.* 2005 ; DiMaggio *et al.*

1. En 2005, la revue américaine *The Forum* a publié un numéro spécial à propos de ce débat. Voir aussi Rieder (2003).

1996 ; Davis et Robinson 1996 ; Demerath III 2005 ; Wolfensberger 2004). Ils démontrent que les notions de déchirure, de division ou encore de polarisation de la société sont exagérées et qu'une majorité d'Américains sont modérés.

Alors que ce débat anime les chercheurs universitaires, la deuxième partie du texte illustre la tendance des médias américains et québécois à accorder du crédit à la thèse de la guerre culturelle et de la polarisation de la société américaine. En effet, l'interprétation dominante véhiculée par les grands quotidiens et les principaux réseaux de télévision au Québec et aux États-Unis est que la population américaine est marquée par les profondes divisions que décrivent Hunter et d'autres. Comment expliquer ce phénomène alors que la thèse de la guerre culturelle est loin de faire consensus parmi les experts ?

En troisième partie, nous verrons que les facteurs permettant de comprendre ce décalage ne sont pas les mêmes dans le cas québécois que dans le cas américain. Aux États-Unis, au moins deux pistes permettent de jeter un éclairage sur la forte présence des thèmes liés à la thèse de la guerre culturelle dans les médias : d'une part, le désir des journalistes et autres communicateurs médiatiques de capter l'attention d'un large auditoire et d'intéresser les clients à leur produit grâce à une couverture médiatique qui met en évidence (et exagère souvent) les tragédies, les divisions ou encore les conflits sociaux (Fiorina *et al.* 2005) ; et, d'autre part, la volonté d'acteurs médiatiques conservateurs de fédérer et de mobiliser les segments conservateurs de la société en les convainquant qu'une guerre culturelle est bel et bien en train de se produire au pays.

Au Québec, l'influence des médias américains sur les journalistes et autres communicateurs médiatiques québécois est parmi les responsables de la présence régulière dans les médias de thèmes comme la « forte polarisation » et les « profondes divisions » de la société américaine. En effet, les communicateurs médiatiques québécois recourent abondamment aux sources américaines pour préparer leurs articles ou leurs reportages, ce qui les pousse à alimenter le mythe de la guerre culturelle au nord de la frontière canado-américaine.

La dernière partie du texte s'interroge sur les conséquences négatives de la forte présence de la thèse de la guerre culturelle dans les médias. Nous appuyant sur une approche constructiviste pour analyser le cas des États-Unis, nous nous inquiétons du risque de voir les médias favoriser une reconstruction des identités des Américains et inciter la population à adopter des attitudes qui s'inscrivent précisément dans la logique de la guerre culturelle. Dans le cas du Québec, nous avançons l'idée que la popularité médiatique de la thèse de la guerre culturelle pose obstacle à la compréhension qu'ont les Québécois de la société américaine et menace de contribuer à l'antiaméricanisme de certains.

I – L'avis des spécialistes : les Américains sont-ils polarisés ? Le débat persiste...

Depuis le début des années 1990, l'actualité a été riche en histoires appuyant l'idée qu'une guerre culturelle a lieu aux États-Unis et que la société

américaine est divisée. Le meurtre d'un médecin et de son garde du corps par un militant pro-vie en Floride en 1994 ou encore le bombardement d'une clinique pratiquant l'avortement par un autre militant pro-vie en Alabama en 1998 en sont de tristes exemples. Ils démontrent, selon des experts comme James Davison Hunter (1991 ; 1994), que les Américains ont de plus en plus tendance à adopter des positions tranchées sur les enjeux, et ce, en particulier sur des questions morales comme l'avortement et le mariage gai.

Hunter fut l'un des premiers chercheurs à développer cette thèse. Prolongeant l'idée du sociologue Robert Wuthnow (1988, 1989) selon laquelle les anciennes divisions religieuses entre les protestants, les catholiques et les juifs aux États-Unis ont été supplantées par une division idéologique entre les conservateurs et les libéraux, il affirme que les débats sur les valeurs, principes et enjeux politiques opposent désormais deux groupes relativement homogènes. D'un côté, les orthodoxes culturels s'appuient sur une autorité transcendante pour définir ce qui est bien et mal, acceptable ou non. À l'inverse, les progressistes culturels s'appuient sur la raison humaine, la science, l'expérience personnelle ou encore l'évolution historique pour déterminer les comportements valables ou non. De l'avis de Hunter, les querelles entre les orthodoxes et les progressistes sont déjà au cœur de la politique américaine et s'intensifieront. Plusieurs politologues et sociologues ont, depuis, accordé du crédit à sa thèse².

D'autres spécialistes utilisent le concept de la « polarisation de la société » pour étayer les idées de Hunter. Par exemple, Abramowitz et Saunders (2005) prétendent que les Américains sont profondément divisés entre les électeurs des États à tendance démocrate et libérale et les électeurs des États républicains et conservateurs. Selon eux, les électeurs religieux et séculiers adoptent des visions de plus en plus irréconciliables sur des enjeux comme l'avortement et le mariage gai. Dans la même veine, Stanley Greenberg affirme que les positions modérées ou centristes disparaissent aux États-Unis, que les loyautés des électeurs américains sont désormais presque parfaitement divisées entre les démocrates et les républicains et que l'on assiste à l'émergence de « deux Amériques » (Greenberg 2005 : 2).

Cette thèse est cependant loin de faire consensus parmi les experts et plusieurs données permettent de la nuancer ou de la contredire³. L'une des critiques

2. T. Gitlin et J. Fonte expliquent pourquoi l'Amérique est déchirée par les guerres culturelles (Gitlin 1995 ; Fonte 2000). Alan Wolfe indique que les divisions majeures entre la gauche et la droite n'ont plus trait à l'économie, mais plutôt aux enjeux moraux et religieux de la guerre culturelle (Wolfe 2006). Tom Sine décrit les profondes divisions entre les Américains et milite pour une plus grande modération dans cette « guerre » (Sine 1995). Russell Jacoby affirme que le système d'éducation américain est en déroute parce que les administrateurs et les professeurs sont divisés en deux camps qui défendent des visions opposées de l'enseignement (Jacoby 1994).
3. Par exemple, Nancy J. Davis et Robert V. Robinson indiquent que « les rumeurs de guerre sont exagérées » et que les orthodoxes et les progressistes dont parle Hunter ont des positions semblables sur des questions comme l'égalité raciale (Davis et Robinson 1996). Démontrant qu'il existe plus que deux idéologies au sein de la population et que les Américains ne sont pas plus extrémistes qu'avant, Rhys H. Williams et ses collaborateurs observent d'importantes

les plus citées à ce titre est que la guerre culturelle est un « mythe » (Fiorina *et al.* 2005). S'appuyant sur plusieurs statistiques, les auteurs tirent au moins trois conclusions contraires aux thèses de Hunter. D'abord, la majorité des Américains adopte des positions modérées sur les enjeux. Par exemple, seule une minorité s'oppose à l'avortement ; la plupart pensent plutôt que cela est acceptable dans certaines circonstances, notamment lorsque la mère a été victime d'un viol ou que l'enfant risque de naître avec une déficience. Ensuite, la polarisation de la société n'est pas aussi marquée que l'affirment Hunter et d'autres. Les élites (membres du Congrès, leaders de groupes d'intérêt, etc.) sont beaucoup plus polarisées que ne l'est la population (sur cette idée, voir aussi Wolfensberger 2004 : 49-59 ; et DiMaggio *et al.* 1996 : 79-97). On constate ainsi que, lors des élections de 2004, 37 % des électeurs se disaient démocrates, 37 % républicains et 26 % indépendants (CNN 2004b). Ces chiffres étaient semblables à ceux des élections de 2008 (39 % démocrates, 32 % républicains et 29 % indépendants), ce qui tend à contredire l'idée que les Américains sont divisés en deux blocs idéologiques. D'ailleurs, comme l'explique Don Wolfensberger (2004 : 53), la proportion d'Américains s'identifiant comme démocrates ou républicains a chuté depuis les années 1970, ce qui est le signe d'un électorat de moins en moins partisan. Enfin, la dichotomie États démocrates/États républicains est une représentation simpliste du paysage politique américain et ne permet pas, par exemple, de tenir compte des divergences idéologiques que l'on trouve à l'intérieur de ces États. L'existence de circonscriptions libérales dans les États républicains et de circonscriptions conservatrices dans les États démocrates mine l'argument selon lequel la politique américaine est marquée par une opposition entre le Nord-Est et le Sud ou encore entre les deux côtes (Ouest et Nord-Est) et le Sud et le Midwest. On constate ainsi que des États comme la Californie et l'État de Washington, qui sont dépeints comme des États libéraux et démocrates dans les médias, comptent leurs propres circonscriptions à tendance républicaine et conservatrice. D'autres « États rouges et conservateurs » comme le Texas et la Georgie incluent en leur sein des « îlots » progressistes et démocrates, comme les régions métropolitaines d'Austin et d'Atlanta. Des experts comme Fiorina et Wolfensberger soulèvent donc de sérieux doutes quant aux thèses de Hunter. On ne peut cependant en dire autant des médias américains et québécois.

II – L'avis des médias : les Américains sont polarisés, cela ne fait aucun doute

Il suffit de parcourir un grand quotidien ou de regarder une chaîne d'information pour constater à quel point les médias américains et québécois véhiculent la thèse de la guerre culturelle et l'idée des « deux Amériques ». Une analyse de contenu des articles du *New York Times*, du *Washington Post*, du *Chicago Tribune*, de *La Presse* et du *Devoir*⁴ ainsi que des bulletins de nouvelles et des

divergences parmi les orthodoxes décrits par Hunter (Williams 1997).

4. Notre méthode consiste à identifier, dans les banques d'archives disponibles sur les sites Internet du *New York Times*, du *Washington Post*, du *Chicago Tribune*, de *La Presse* et du *Devoir*, les articles qui contiennent les expressions « guerre culturelle » (*culture war*), « polarisation

émissions portant sur la politique américaine sur les ondes de CNN, CBS, FOX News, Radio-Canada/RDI et LCN permet de l'illustrer⁵.

A — Le cas des médias commerciaux américains : la presse écrite et la télévision

L'expression *culture war* semble faire partie du langage commun dans les cercles médiatiques aux États-Unis. Du côté de la presse écrite, le *New York Times*, le *Washington Post* et le *Chicago Tribune* ont respectivement publié 261, 481 et 349 articles touchant ce thème depuis le fameux discours de Pat Buchanan du 17 août 1992⁶. L'expression *culture war* ne s'était pourtant retrouvée que dans 13 articles du *Times* entre 1851 et 1992, dans 29 du *Washington Post* entre 1877 et 1992 et dans 20 du *Chicago Tribune* entre 1852 et 1992 ! Quelques articles publiés depuis 1992 remettent la thèse de la guerre culturelle en question (par exemple Tierney 2004 et Warren 2006), mais la plupart présentent celle-ci comme une réalité incontestable. Qui plus est, les textes recourant à des expressions comme « modération », « tolérance » ou « compromis » pour décrire la société américaine sont rares.

Dans un texte intitulé « Hollywood's Wars », l'éditorialiste David Ignatius du *Washington Post* se demande notamment pourquoi aucun film en nomination pour l'Oscar du meilleur long métrage en 2006 n'aborde la guerre en Irak (Ignatius 2006 : A17). Selon lui, des créations comme *Brokeback Mountain* et *Crash* illustrent que ce « sont les guerres culturelles qui ont motivé les réalisateurs en lice pour l'Oscar du meilleur long métrage – les guerres nationales à propos des enjeux raciaux et de genre auxquelles nous sommes confrontés chaque jour »

de la société américaine » (*polarization of America*) et « société américaine divisée » (*divided America*), mais également ceux qui utilisent des termes comme « modération » (*moderation*), « tolérance » (*tolerance*) et « compromis » (*compromise*) pour décrire la société américaine. Notre conclusion : ce dernier type d'article est rare, alors que des centaines de textes ont, depuis le discours de Pat Buchanan en 1992, martelé l'idée que la société américaine est divisée et en guerre culturelle. Par ailleurs, trois critères ont guidé le choix des journaux étudiés : 1) ils figurent parmi ceux dont le tirage est le plus élevé aux États-Unis et au Québec (Knight Foundation 2005 ; Association canadienne des journaux 2007) ; 2) dans le cas américain : a) ils sont plus lus par le grand public et la population en général que par un secteur de la société en particulier ; et b) ils visent un lectorat plus étendu géographiquement que les autres journaux ; 3) dans le cas québécois : ils couvrent plus l'actualité américaine que ne le font les autres journaux.

5. Notre méthode consiste à identifier, dans les banques d'archives disponibles sur les sites de CNN, CBS, FOX News, Radio-Canada/RDI et LCN, les émissions et bulletins de nouvelles dans lesquels on a utilisé les mêmes expressions que celles énumérées dans la note précédente pour décrire la société américaine. Notre conclusion : les grands réseaux de télévision ont tendance à présenter la thèse de la société américaine polarisée et en guerre culturelle comme un état de fait. Nous citerons ici plusieurs exemples d'émissions et de reportages qui confirment cette observation. Le site *Vanderbilt University News Archive* a également été utile pour repérer les émissions de télévisions étudiées ici.
6. Ce sont nos conclusions à la suite d'une recherche par mots-clés de l'expression *culture war* dans les banques d'archives des trois journaux en question, pour la période débutant le 17 août 1992 et se terminant le 26 octobre 2006. Ces totaux incluent plusieurs types d'articles (dépêches, reportages, chroniques, éditoriaux, collaborations spéciales, etc.).

(Ignatius 2006 : A17). Dans un article du 8 août 2006 sur la recherche sur les cellules souches, un collaborateur du *Times* renchérit en affirmant que « la guerre culturelle est là pour rester, à la fois au Kansas et au pays, parce qu'elle a pris plus d'ampleur que les leaders et les activistes qui la mènent » (Frank 2006). Les journalistes du *Chicago Tribune* ont également tendance à apporter de l'eau au moulin des arguments de James Davison Hunter. En mars 2006, la reporter Bonnie Miller Rubin (2006) se demande si les adoptions d'enfants par des couples gais seront le prétexte d'une autre guerre culturelle.

Le concept de la polarisation de la société américaine est également souvent utilisé dans les articles du *Times*, du *Post* et du *Tribune*. Les résultats serrés des présidentielles de 2000 et de 2004 et la pratique consistant à illustrer ces résultats à l'aide d'une carte géographique montrant les États-Unis divisés entre les États démocrates (*blue states*) et les États républicains (*red states*) ont sans doute incité les journalistes à accepter l'idée des deux Amériques. Le 22 juillet 2004, par exemple, Noah Shachtman du *Times* rapporte que certaines agences de rencontre sur Internet sont désormais strictement réservées aux démocrates ou aux républicains et conclut que « c'était seulement une question de temps avant que la profonde division entre les États rouges et les États bleus se fasse également sentir dans les activités romantiques en ligne » (Shachtman 2004). Le 3 novembre 2003, l'éditorialiste du *Post* E.J. Dionne (2003 : A31) utilise l'analogie de la guerre civile américaine pour décrire la polarisation de la société : « Les États rouges sont de plus en plus rouges et les États bleus de plus en plus bleus ; les couleurs de la carte des États-Unis rappellent les divisions de la guerre civile. » Trois jours plus tard, le *Chicago Tribune* publie l'article d'un journaliste du *Los Angeles Times*, Ronald Brownstein (2003), qui écrit que les États-Unis ressemblent plus que jamais à une nation scindée en deux (*a 50-50 nation*).

Outre la presse écrite, la télévision martèle aussi de tels thèmes. Cette réalité a un effet non négligeable sur la perception qu'ont les Américains de leur société, car la télévision est le médium le plus utilisé par ceux-ci pour se divertir et s'informer (Prémont 2006 : 192). Le 1^{er} juillet 2005, l'animatrice de l'émission *Paula Zahn Now* (CNN) affirme que le débat pour remplacer la juge Sandra Day O'Connor à la Cour suprême déterminera l'avenir d'une Amérique divisée (Zahn 2005). Venue en remplacement d'Anderson Cooper à l'émission *360 Degrees* (CNN), Heidi Collins renchérit en affirmant que l'enjeu du mariage gai divise les Américains à l'approche des élections de 2004 (Cooper 2004). Le correspondant John Roberts (CBS) observe que l'électorat est « profondément polarisé » à quelques mois du duel entre George W. Bush et John Kerry (Media Research Center 2004).

De toutes les « vedettes » télévisuelles, l'animateur Bill O'Reilly est sans doute celle qui met le plus l'accent sur la thèse de la guerre culturelle. Dans un livre intitulé *Culture Warrior*, il développe un argument semblable à celui de James Davison Hunter, c'est-à-dire que les États-Unis sont déchirés entre les « progressistes séculiers » et les « traditionalistes » (2006a). Lorsqu'on lui demande jusqu'à quel point les Américains sont polarisés, O'Reilly répond :

« Comme jamais dans l'histoire de la République » (Strengel 2003). C'est ce portrait de la société américaine qu'il brosse presque quotidiennement depuis 1996 à son émission *The O'Reilly Factor*, que deux millions d'Américains regardent chaque soir sur FOX News (Project 2007)⁷. Le 27 octobre 2006, par exemple, il décrit ainsi les positions des Américains sur la recherche sur les cellules souches :

Du côté de [Michael J.] Fox, vous avez les Américains qui croient qu'il est moralement juste de créer et ensuite de détruire la vie pour trouver les remèdes à des maheurs épouvantables. Le côté de [Rush] Limbaugh dit qu'il est moralement inacceptable de manipuler la nature et de mettre un terme à la vie d'un humain potentiel, même si cet humain potentiel en est aux premières étapes de son existence. Maintenant, votre position dépend de ce que vous croyez. Personne ne peut gagner ce débat. Soit vous croyez que la vie commence à la conception, soit vous rejetez cette idée. Et les sondages indiquent que les Américains sont divisés en deux camps sur cet enjeu (O'Reilly 2006b).

B — Le cas des médias privés et publics québécois : la presse écrite et la télévision

Les médias québécois ont aussi tendance à décrire les États-Unis comme une société polarisée et en guerre culturelle. Les exemples du journal *La Presse* et du journal *Le Devoir* le démontrent. En dehors de quelques contributions (par exemple Rioux 2004), les articles qu'on y publie s'accordent le plus souvent avec les thèses de James Davison Hunter⁸. Analysant les résultats électoraux de 2004, un collaborateur de *La Presse* écrit par exemple que « les électeurs ont fait de la guerre en Irak [...] une partie de la guerre culturelle plus vaste entre les États rouges et bleus » (Dreher 2004b : A25). Quelques mois auparavant, le même collaborateur affirmait qu'il « y aura dans ce pays une guerre culturelle qui donnera des airs d'escarmouche à la bataille sur l'avortement des 30 dernières années » (Dreher 2004a : A10). Le 11 juin 1995, un correspondant de *La Presse* note qu'une « guerre culturelle fait rage aux États-Unis » (Hétu 1995 : A1), guerre qu'un collaborateur du *Devoir* décrit ainsi le 5 juin 2006 : « ce débat passionné qui déchire les Américains depuis des années sur l'avortement, [...] la prière dans les écoles, l'homosexualité, l'euthanasie... » (Riché 2006 : B5). Polarisée, la société américaine ? Cela ne fait aucun doute selon une collaboratrice de *La Presse* : « Jamais ce pays n'a été autant divisé depuis l'époque de la lutte pour

7. On notera que parmi les autres émissions les plus regardées sur les chaînes câblées se retrouvent celles que nous prenons ici en exemple et qui défendent souvent l'idée que la société américaine est polarisée et en guerre culturelle (*Anderson Cooper 360*, *Paula Zahn Now*, etc.).

8. Il est à noter que les textes pris en exemple ici correspondent à différents genres journalistiques (dépêche, reportage, chronique, éditorial et collaboration spéciale) et que leurs auteurs exercent différentes professions (journalistes, chroniqueurs, correspondants, éditorialistes et collaborateurs spéciaux). Notre critique ne se limite donc pas aux journalistes, mais vise aussi, par exemple, les universitaires qui alimentent le mythe de la guerre culturelle dans les médias.

les droits civils » (Casey 2004 : A27). Quelques jours après le décès de Ronald Reagan en 2004, un correspondant de *La Presse* n'hésite pas à écrire que l'« ex-président est dorénavant à l'abri « des controverses qui continuent à faire rage dans la société américaine divisée » (Sirois 2004a : A1). Cinq mois plus tard, le même correspondant note que « ce que nous verrons dans un avenir proche, c'est une nation très divisée avec un gouvernement très divisé⁹ ».

La télévision publique et privée québécoise tend également à marteler ces thèmes. Par exemple, lors de la présidentielle de 2004, une journaliste de Radio-Canada propose un reportage dont le titre tend à corroborer l'idée que les républicains sont tous croyants ou des représentants de la droite religieuse : *Dieu est-il républicain ?* (Radio-Canada 2004). En juin 2006, une correspondante du même réseau affirme que le débat sur le mariage gai « va diviser le pays encore une fois » (Radio-Canada 2006). En avril 2005, le réseau LCN annonce que l'affaire Terri Schiavo, du nom de cette Américaine qui est devenue la figure emblématique du débat sur l'euthanasie, a donné lieu à « une bataille juridique qui a divisé les Américains » (LCN 2005b). Quelques semaines auparavant, un animateur et une correspondante du même réseau avaient déjà illustré cette division à l'aide d'un reportage dans lequel s'exprimaient tour à tour des militants pour et contre l'euthanasie (LCN 2005a). Ce que le reportage omettait toutefois de mentionner est que la majorité des Américains avait en fait une position ambivalente sur la question et ne savait trop quel camp choisir (Harris Poll 2005). À notre avis, les facteurs qui expliquent la tendance des médias à donner crédit à la thèse de la guerre culturelle ne sont pas les mêmes aux États-Unis qu'au Québec.

III – Expliquer la popularité médiatique des thèses de James Davison Hunter

A — Aux États-Unis : la volonté de rejoindre un large auditoire ou de promouvoir les idées de la droite chrétienne

Aux États-Unis, l'un des principaux objectifs des médias commerciaux est d'attirer la plus forte clientèle possible. Les journaux ont intérêt à disposer d'une grande masse de lecteurs et les chaînes de télévision à maximiser les cotes d'écoute, car ils peuvent ainsi vendre plus facilement et plus cher de l'espace publicitaire aux entreprises privées, partis politiques et candidats aux élections (Gamson *et al.* 1992 : 377). La vente d'espace publicitaire est cruciale pour la presse écrite, car elle permet d'abaisser le prix de vente des journaux. Les considérations économiques sont également prises en compte par les médias télévisuels. La production d'images aux États-Unis est en effet fortement influencée par les publicitaires et cette entreprise vise avant tout le bénéfice financier. Les organisations médiatiques utilisent ainsi les nouvelles et d'autres émissions pour attirer un auditoire qu'ils peuvent vendre aux annonceurs (Gamson *et al.* 1992 : 377). Disposer d'un large auditoire ne permet pas automatiquement de négocier

9. Sirois citait ici Bill Richardson, directeur du programme de sciences politiques de l'Université du Dakota du Sud (Sirois 2004c).

les meilleurs prix avec les sociétés qui veulent publiciser un produit ou avec les politiciens qui veulent « vendre » leurs idées. Par exemple, FOX News obtient parfois de meilleures cotes d'écoute que CNN, mais n'arrive pas à vendre son espace publicitaire aussi cher que cette dernière, qui a meilleure réputation, notamment parce qu'elle fut créée il y a plus longtemps (Angwin 2004). Des sociétés comme Apple, Toyota ou encore Citigroup n'ont toutefois pas intérêt à mener une campagne qui rejoindra peu de gens. À une époque où il est impossible de gagner une élection américaine sans recourir aux publicités à la télévision, les politiciens et les partis sont également à l'affût des meilleures façons de rejoindre les électeurs (Ansolabehere *et al.* 2001). Dès lors, des réseaux comme CNN et FOX News et des journaux comme *The New York Times* et *The Washington Post* ont la constante préoccupation de fidéliser et d'accroître leur clientèle.

La compétition pour le lectorat et les cotes d'écoute est également forte parce que les communicateurs médiatiques et leurs patrons voient en celle-ci un véritable concours de popularité ; le critère permettant d'évaluer la qualité de leur travail ainsi que leur réputation aux yeux des Américains. Ce n'est pas un hasard si, en janvier 2007, le *Washington Post* a attiré dans ses rangs Anne Kornblut, l'une des journalistes vedettes du *New York Times*. Non sans sarcasme, le directeur de la gestion du *Post* a alors remercié le *Times* d'avoir formé un journaliste « si compétente et enthousiaste » (Hagey 2007). La direction du *Post* sait que Kornblut attire des lecteurs et a visiblement pris cette décision pour soustraire au *Times* une partie de sa clientèle. Du côté de la télévision, Bill O'Reilly se vante souvent d'avoir conçu l'émission d'affaires publiques numéro un et la plus regardée aux États-Unis. La compétition entre FOX News et CNN – et notamment entre leurs propriétaires respectifs, Rupert Murdoch et Ted Turner – est bien connue (Johnson 2006). Elle dure depuis la naissance de FOX News en 1996 et incite les équipes des deux chaînes à tout faire pour remporter la course aux cotes d'écoute.

L'un des moyens d'y arriver est de rendre les nouvelles intéressantes et attrayantes aux yeux des consommateurs et, ainsi, de communiquer l'information à travers des « filtres médiatiques », conçus pour rejoindre le plus grand nombre de gens (Scheufele 1999 ; Neuman *et al.* 1992 ; Tuchman 1978 ; Valkenburg *et al.* 1999). L'un de ces filtres consiste à mettre l'accent sur les conflits entre individus, groupes ou institutions (*conflict frame*). W. Russell Neuman et ses collègues le décrivent bien quand ils expliquent que les médias dépeignent souvent les débats politiques comme un événement sportif, une compétition entre deux camps aux visions opposées et qui fait nécessairement des gagnants et des perdants (Neuman *et al.* 1992 : 64). Les auteurs mentionnent l'exemple de la politique en Afrique du Sud à l'époque de l'apartheid pour illustrer leurs propos. Ils remarquent que les médias décrivaient souvent ces événements en faisant référence à des oppositions binaires : les Blancs contre les Noirs, les Noirs contre les policiers, le gouvernement sud-africain contre les journalistes (Neuman *et al.* 1992 : 65). Aux yeux des journalistes, une histoire est intéressante quand elle met en scène deux parties en conflit.

La thèse de la guerre culturelle correspond plus à ce « filtre médiatique » que les thèses contraires. Par conséquent, les médias sont portés à accorder de l'importance aux événements qui la confirment, voire à l'exagérer, même si plusieurs indices portent à croire qu'elle est discutable. Morris P. Fiorina, Samuel J. Abrams et Jeremy C. Pope expliquent bien le phénomène quand ils écrivent ceci :

Sans surprise, personne n'a embrassé le concept de la guerre culturelle avec plus d'enthousiasme que la communauté journalistique, toujours à l'affût de sujets susceptibles de faire « bonne presse ». Les conflits font, bien entendu, partie des sujets qui font « bonne presse », tout comme les désaccords, les divisions, la polarisation, les batailles et la guerre. Au contraire, les accords, le consensus, la modération, le compromis et la paix attirent peu l'attention des clients visés par les médias. Ainsi, le concept de la guerre culturelle correspond bien à la définition des médias de ce qui représente une « bonne nouvelle » (Fiorina *et al.* 2005 : 2-3).

Il est vrai que les commentateurs médiatiques qui ne sont pas employés directement par les journaux et les réseaux étudiés, mais qui sont des collaborateurs appartenant, entre autres, au milieu universitaire ou rattachés à des centres de recherche privés sont – en principe – moins sujets à l'influence des règles professionnelles qui guident les journalistes. Or, ces collaborateurs ont quand même intérêt à imiter les journalistes s'ils veulent que leurs textes plaisent aux équipes éditoriales du *New York Times* ou du *Washington Post* ou qu'on les (ré) invite à commenter la politique américaine à CNN ou FOX News. Il ne faut donc pas se surprendre de voir les experts utiliser les mêmes formules-chocs que les journalistes (par exemple : « guerre culturelle », « société polarisée » et « société divisée ») dans leurs apparitions médiatiques.

Un deuxième facteur permettant de comprendre la forte présence des thèmes liés à la guerre culturelle dans les médias américains est que certaines figures médiatiques conservatrices y ont un intérêt politique. Comme l'explique Hans-Georg Betz, il existe aux États-Unis un « élan de mobilisation évangélique » dont les acteurs veulent « voir Washington légiférer enfin sur les sujets qui occupent le cœur du programme conservateur religieux » et reprendre « le pays aux élites laïques et libérales qui ont systématiquement cherché à saper, voire détruire, les fondements spirituels des États-Unis » (Betz 2008 : 19). À partir des années 1980, l'aile conservatrice du parti républicain a effectivement multiplié les efforts pour placer des enjeux comme l'avortement et la prière dans les écoles au centre des préoccupations des Américains (DiMaggio *et al.* 1996 : 91). C'est dans cet esprit que Pat Buchanan a prononcé son discours à la convention du parti en 1992. Selon lui, les républicains garantiront leur fortune électorale s'ils font des enjeux moraux leur priorité. L'élection de 1994 lui donna raison, car la droite religieuse, notamment les évangélistes chrétiens, se mobilisa fortement pour les républicains cette année-là, ce qui aida le parti à élire une majorité à la Chambre pour la première fois en quarante ans et au Sénat pour la première fois en huit ans (Wilcox 1995).

Très vite, pour les républicains, la rhétorique sur la guerre culturelle est donc apparue comme un outil utile pour fédérer et mobiliser l'électorat conservateur. C'est notamment pourquoi, à l'élection de 2004, Bush a choisi de dépeindre John Kerry comme le membre le plus libéral du Sénat; un intellectuel détaché des valeurs traditionnelles et en faveur de l'avortement et du mariage gai. Au contraire, Bush s'est décrit comme un homme de « bonnes valeurs », décidé à protéger l'institution familiale face à la « pollution culturelle libérale » et aux « juges activistes » qui redéfinissent le mariage de manière arbitraire. Cela lui a profité : les évangélistes, les Blancs des zones rurales et les électeurs du Sud ont voté massivement républicain, permettant au parti de conserver la Maison-Blanche tout en consolidant son pouvoir au Congrès¹⁰.

Dans ce contexte, même si la plupart des journalistes et des commentateurs médiatiques couvrent l'actualité politique avec un souci d'objectivité, certains ont été tentés de marteler les thèmes de la guerre culturelle pour contribuer à la fortune électorale des républicains, promouvoir un programme conservateur sur les enjeux moraux et lutter contre l'érosion des valeurs traditionnelles. En 1999 par exemple, à l'émission de radio *Breakpoint*, Charles Colson, un éditeur évangéliste, demande à ses auditeurs s'ils « vont perdre la guerre culturelle » (DiMaggio *et al.* 1996 : 92). Colson finit par affirmer que les chrétiens doivent « protéger les valeurs traditionnelles » et mener la lutte pour définir l'identité américaine. L'exemple de Bill O'Reilly est également probant à cet égard. Même s'il se définit comme un indépendant, un populiste ou un traditionaliste (O'Reilly 2000), l'animateur se sert de sa tribune et instrumentalise la rhétorique de la guerre culturelle pour promouvoir des idées semblables à celles des conservateurs républicains et religieux. Il méprise ceux qu'il appelle les « progressistes séculiers » de la ville de San Francisco, accuse les médecins pratiquant l'avortement de « tuer des bébés » et de s'adonner à des « pratiques barbares » et affirme que les manifestations étudiantes à l'Université Columbia sont des « tactiques fascistes » (*The O'Reilly Factor* 2009)¹¹. Une telle attitude contribue à la forte présence des thèmes liés à la guerre culturelle sur le réseau FOX News, qui est sans contredit le principal véhicule des valeurs conservatrices dans le paysage médiatique américain (Micklethwait et Wooldrige 2004 : 162-163). Or, quoi qu'en pensent Bill O'Reilly et les autres « vedettes » du réseau, des enjeux comme l'avortement, le mariage gai ou encore la recherche sur les cellules souches laissent la majorité des Américains indifférents (Adams 2005). Ainsi, il n'est peut-être pas complètement faux de dire que la guerre culturelle existe, mais, si c'est le cas, elle doit avant tout être définie comme une série d'efforts menés par un groupe relativement limité d'individus et d'organisations de droite pour lutter contre l'avortement, le mariage gai ou l'euthanasie, et non comme un phénomène reflétant l'état de la société en général. Les vedettes médiatiques

10. Il y a un débat à savoir jusqu'à quel point et de quelle manière les enjeux moraux ont influencé le comportement électoral des Américains en 2004. Il n'en demeure pas moins que les « valeurs morales » (*moral values*) étaient l'enjeu le plus important pour le plus grand nombre d'électeurs (22 %) selon les sondages effectués à la sortie des urnes. De ces électeurs, 80 % ont voté pour Bush (Schuman 2006).

11. Voir, par exemple, les émissions du 6 octobre, du 16 novembre et du 17 novembre 2006.

conservatrices ont toutefois marqué des points quand on constate que plusieurs communicateurs médiatiques n'appartenant pas au camp conservateur semblent désormais croire aux thèses de James Davison Hunter et utilisent des expressions comme *culture war* et *polarization* pour décrire la société américaine. La tendance s'observe même au Québec, où de tels thèmes sont monnaie courante dans les journaux et à la télévision.

B — Au Québec : l'influence des médias américains et l'impact du « mimétisme journalistique »

Dans le cas québécois, un important facteur de la tendance des médias à accorder du crédit aux thèses de James Davison Hunter est que les journalistes et autres communicateurs médiatiques sont fortement influencés par les médias américains. Nous limiterons ici notre démonstration à deux exemples. Le premier est celui des correspondants québécois qui couvrent l'actualité américaine à partir de grandes villes comme Washington et New York. Plongés dans l'environnement américain, ces correspondants sont les yeux à travers lesquels les Québécois observent les États-Unis et ils sont en ce sens de véritables atouts pour la société québécoise. Tentant de comprendre comment les Américains voient leur société, ils consultent les sources qu'ils trouvent sur leur « terre d'accueil », c'est-à-dire *The New York Times*, *The Washington Post* ou encore CNN. Or, nous l'avons souligné plus haut, de telles sources tendent à présenter la thèse de la guerre culturelle et de la polarisation de la société américaine comme un état de fait. Les journalistes québécois s'exposent donc à communiquer ces mêmes arguments dans les journaux et à la télévision au Québec. Dans un article du 18 octobre 2004 par exemple, un correspondant de *La Presse* à Washington informe ses lecteurs de la décision du *New York Times* d'appuyer John F. Kerry lors des présidentielles de 2004. Un sondage du USA Today et de CNN lui permet alors de conclure que « [l'] Amérique en entier semble aussi divisée que ses éditorialistes » (Sirois 2004b : A1). À l'occasion d'un reportage de janvier 2007 sur la candidature d'Hillary Clinton aux présidentielles de 2008, une correspondante de Radio-Canada à Washington propose une entrevue avec Karlyn Bowman, collaboratrice occasionnelle du *New York Times* et du *Washington Post*, pour conclure « qu'avec Hillary Clinton comme avec George W. Bush, l'électorat est polarisé » (Radio-Canada 2007).

Les archives de *La Presse* permettent de constater que le correspondant de ce journal à New York s'appuie régulièrement sur le *New York Times* pour rédiger ses articles. Ses textes, qui contiennent souvent des mentions telles que « Selon le *New York Times* » (Héту 2006a : A1), « a écrit hier la critique de télévision Alessandra Stanley, du *New York Times* » (Héту 2006c : A27) et « si l'on se fie aux articles explosifs parus depuis hier dans les pages du *New York Times* » (Héту 2006b : A26), rappellent que les journalistes développent – comme n'importe quels professionnels – certaines routines (Yoon 2005 : 767). On ne pourrait d'ailleurs reprocher aux correspondants québécois aux États-Unis de prendre le pouls du *Times* avant de rédiger leurs articles, car il s'agit de l'un des quotidiens

les plus réputés au monde. Or, en recourant à des sources qui contredisent rarement la thèse de la guerre culturelle, les médias québécois courent le risque de reproduire celle-ci dans les analyses diffusées au Québec¹².

Un deuxième exemple permettant d'illustrer l'influence des médias américains sur les médias québécois est celui des communicateurs médiatiques qui couvrent la politique américaine *à partir du Québec*. Les cas de Radio-Canada/RDI et de LCN sont particulièrement révélateurs à cet égard. En effet, la méthode de l'observation participante¹³ a permis d'examiner le « mimétisme journalistique » de ces réseaux, c'est-à-dire leur tendance à couvrir les mêmes événements que les autres réseaux (Charron 2000)¹⁴. S'agissant de l'actualité sur les États-Unis, Radio-Canada/RDI et LCN prennent notamment le pouls de CNN et de FOX News avant de diffuser leurs propres reportages. Sur le plan technique, cela est possible grâce à la présence de moniteurs télévisuels dans les salles de nouvelles de Radio-Canada/RDI et de LCN. Ces moniteurs permettent aux journalistes et au personnel de suivre l'actualité américaine telle qu'elle est rapportée aux États-Unis. Ainsi, lorsque les journalistes américains annoncent une primeur, Radio-Canada/RDI et LCN emboîtent rapidement le pas et diffusent à leur tour la nouvelle. Nous avons pu observer cette procédure à l'œuvre lorsque le secrétaire à la Défense Donald Rumsfeld a remis sa démission au président Bush le 8 novembre 2006. Nous nous trouvions dans la salle des nouvelles de LCN. La journaliste sur place s'apprêtait à entrer en ondes pour couvrir, en direct, le discours postélectoral de Bush. Soudainement, CNN a annoncé la démission de Rumsfeld. La journaliste et son équipe ont dû immédiatement ajuster le tir, chercher des images de Rumsfeld dans les archives de LCN et recueillir l'information nécessaire sur les fils de presse pour rédiger le court texte annonçant la nouvelle. Les téléspectateurs de LCN ont finalement appris le départ de Rumsfeld... cinq minutes après ceux de CNN. Hors d'ondes, la journaliste de LCN confia que « CNN a toujours les primeurs sur ce genre de choses ».

12. À ce titre, on notera que même si Richard Héту constate parfois qu'une guerre culturelle est en train de se produire aux États-Unis (Héту 1995 : A1), sa fine connaissance des États-Unis – et particulièrement de la ville et de l'État de New York – lui permet de publier des articles qui contredisent également cette thèse. Il rappelle entre autres que l'État de New York n'est pas composé uniquement de démocrates libéraux. Selon ses termes : « Plusieurs New-Yorkais d'Upstate entretiennent une certaine antipathie pour la ville [...] À l'inverse, les citoyens regardent le reste de l'État de haut, ne se reconnaissant pas dans ses habitants plus conservateurs. » Paradoxalement, toutefois, Héту finit par utiliser la terminologie associée à la guerre culturelle pour illustrer ses propos quand il affirme que c'est « un peu comme si l'Amérique rouge et l'Amérique bleue se côtoyaient dans un même État » (Héту 2004 : +14).

13. Nous avons, entre novembre 2004 et novembre 2006, visité la salle des nouvelles de Radio-Canada/RDI (Montréal) à quatre reprises et celles de TVA/LCN (Montréal) à trois reprises pour analyser les résultats des élections américaines. Nous en avons profité pour observer le travail effectué par le personnel et les journalistes de ces réseaux pour couvrir la politique américaine. En ce sens, nous nous sommes inspirés de la méthode d'observation participante de Richard Fenno (1978). Pour lui, un excellent moyen dont le chercheur dispose pour comprendre le comportement des sujets humains – les membres du Congrès dans son cas – est de se plonger dans l'environnement de ceux-ci afin de les observer (Fenno utilise l'expression *soaking and poking* pour décrire sa démarche).

14. Charron parle de « journalisme de meute » pour décrire cette pratique.

Le « mimétisme journalistique » comporte plusieurs avantages pour les médias québécois qui couvrent la politique américaine : il permet, par exemple, d'atténuer le risque d'erreur inhérent à l'interprétation des événements et de disposer d'une masse d'information à moindre coût (Charron 2000). En contrepartie, il pousse les journalistes québécois à répéter les idées entendues sur CNN et FOX News et à reproduire des mythes comme celui voulant que la société américaine soit en guerre culturelle. Les conséquences de ce phénomène sont plus sérieuses qu'on pourrait le croire.

IV – Les conséquences sociopolitiques de la popularité médiatique de la thèse de la guerre culturelle

A — Aux États-Unis : le risque de contribuer au phénomène que l'on dit observer

Selon une approche constructiviste des dynamiques sociales, les États-Unis ont beaucoup à perdre si les médias continuent à brosser le portrait d'une Amérique scindée en deux. À force de présenter cette thèse comme une réalité incontournable, les médias américains risquent effectivement de contribuer au phénomène qu'ils disent observer. Pour les constructivistes, les connaissances sont socialement construites et ce que les individus croient qu'ils sont, c'est-à-dire leur identité, détermine leurs intérêts et leurs comportements (Onuf 1989, 1998 ; Wendt 1999). En établissant des critères de référence sur lesquels les Américains s'appuient pour interpréter les événements publics, les médias jouent un rôle clé dans ce processus de construction identitaire (Scheufele 1999 : 105).

Dans le contexte actuel, les médias projettent l'image d'une Amérique profondément divisée. De surcroît, ils définissent l'identité des Américains selon une dichotomie simplificatrice : les républicains conservateurs du Sud contre les démocrates libéraux du Nord-Est. Cela risque d'avoir deux effets sur la société. D'une part, les Américains sont poussés à reconstruire leur identité en fonction d'une société que l'on dit déchirée entre le Nord et le Sud. Il peut donc paraître naturel pour les Américains du Sud, notamment « d'États rouges » comme le Texas et le Mississippi, d'ajuster leurs comportements à cette nouvelle identité et, par exemple, d'exprimer de la méfiance ou du mépris envers les Américains « d'États bleus » comme le Massachusetts ou New York. Autre exemple : les Américains du Nord-Est peuvent juger qu'il va de soi d'affirmer que les Américains du Sud ne comprennent pas leurs réalités. Le problème est que ces attitudes s'inscrivent précisément dans la logique de la guerre culturelle que les médias prétendent observer. Le phénomène de coconstitution – abondamment décrit par les constructivistes et qui consiste à affirmer que les normes dominantes (la structure) façonnent l'identité des acteurs (les agents), qui, à leur tour, adoptent des comportements qui favorisent la (re)production des normes dominantes – est donc à l'œuvre ici. En effet, en faisant croire aux Américains que la guerre culturelle existe, les médias incitent ceux-ci à adopter des comportements

correspondant à la logique de la guerre culturelle, comportements qui, en retour, porteront encore plus les journalistes à croire que la société américaine est déchirée.

Deuxièmement et dans la même logique, les Américains sont poussés à croire qu'il existe seulement deux idéologies aux États-Unis, le conservatisme et le libéralisme, et qu'elles sont irréconciliables. Il peut donc leur sembler légitime d'adopter l'un ou l'autre de ces systèmes de pensée et de rejeter l'option consistant à exprimer des opinions modérées sur les enjeux. Encore une fois, cela pose problème, car ce type de comportement s'inscrit précisément dans la logique de la guerre culturelle décrite par les médias.

C'est bien ce que Jon Stewart, animateur de l'émission *The Daily Show* sur Comedy Central, a reproché à Tucker Carlson et Paul Begala lorsque ceux-ci l'ont invité sur le plateau de l'émission *Crossfire*, à CNN, en octobre 2004 (*Crossfire* 2004). *Crossfire* proposait, depuis 1982, des débats opposant des invités libéraux et conservateurs. Les animateurs disaient eux-mêmes se situer aux antipodes sur l'axe politique libéral/conservateur : Begala affirmait être « de gauche » et Carlson « de droite ». Stewart a profité de son apparition à *Crossfire* pour dire à Begala et à Carlson qu'ils n'étaient rien d'autre que des « porte-voix » des partis démocrate et républicain et que leur émission nuisait à l'Amérique parce qu'elle limitait les discussions aux seuls arguments des libéraux et des conservateurs et prenait l'allure d'un match de lutte professionnelle. Les opinions modérées étaient effectivement peu représentées à *Crossfire*, ce qui pouvait donner aux téléspectateurs le sentiment que l'Amérique est divisée, comme le veut la thèse de la guerre culturelle. En outre, en incitant les invités à se disputer et à se contredire, *Crossfire* portait les Américains à croire que les libéraux/démocrates et les conservateurs/républicains sont trop différents pour pouvoir s'entendre.

Christian Rioux, journaliste du *Devoir*, a observé que certains Américains adoptent déjà de telles attitudes. Lors d'un voyage aux États-Unis, il a, notamment, fait la connaissance de Fred Sheehan, un urbaniste à la retraite se déclarant démocrate. Rioux décrit ainsi son entretien avec Sheehan :

Sa famille a toujours compté des républicains et des démocrates – de même que, durant la guerre de Sécession, ses ancêtres se sont battus pour le Nord comme pour le Sud [...] Aujourd'hui, Fred Sheehan avoue qu'il ne fréquente pratiquement plus de républicains. « J'ai beau chercher, je n'en connais qu'un seul. Tous nos amis sont libéraux. Chaque groupe vit dans sa bulle » (Rioux 2005 : 36-37).

L'interprétation de Fred Sheehan n'est évidemment pas partagée par tous les Américains, mais les médias risquent de favoriser et de légitimer les comportements s'inscrivant dans la logique de la guerre culturelle s'ils continuent à affirmer – non sans fatalisme – que c'est ce que la société américaine est devenue de toute façon.

B — Au Québec : le risque d'alimenter les idées reçues sur les États-Unis et l'antiaméricanisme

La popularité de la thèse de la guerre culturelle dans les médias peut également avoir des conséquences négatives au Québec, de même que sur les relations du Québec avec les États-Unis. Dans un premier temps, elle pose obstacle à une meilleure compréhension des réalités américaines par les Québécois. La population québécoise croit bien connaître ses voisins du Sud, notamment en raison de la proximité géographique entre le Québec et les États-Unis. Pourtant, les commentaires de plusieurs Québécois à propos des États-Unis donnent souvent crédit à ceux qui affirment que les Québécois connaissent « peu et mal ce pays complexe » (Bouchard 2003 : A15).

Les discussions, sur les forums électroniques, entre Québécois intéressés par l'actualité américaine ne sont qu'un exemple permettant d'en témoigner. À titre indicatif, en novembre 2006, un lecteur du populaire blogue de Richard Héту, correspondant de *La Presse* à New York, écrivait que CNN est « un média américain d'allégeance (*sic*) républicaine à peine voilée¹⁵ ». La réalité est pourtant plus complexe : certains journalistes de CNN appuient les républicains, mais d'autres, comme Jack Cafferty, ne se gênent pas pour les critiquer.

En décrivant les États-Unis comme une société scindée en deux, les médias québécois simplifient la réalité et n'aident pas la population à mieux comprendre la société américaine. Car, comme l'illustre la littérature spécialisée, la thèse de la guerre culturelle est peut-être aussi discutable que celle disant que CNN est à la solde des républicains. Les Québécois auront toutefois tendance à adopter cette idée si elle est constamment véhiculée par les journaux et la télévision. Sur le blogue de Richard Héту, un lecteur affirmait déjà ceci en décembre 2006 : « À quoi ressemblent les États-Unis ? À un beigne ! Les démocrates autour et le Bible Belt forme le trou au centre. »

Dans un deuxième temps, la popularité de la thèse de la guerre culturelle dans les médias risque de nourrir l'antiaméricanisme au Québec, c'est-à-dire la tendance psychologique de certains à avoir une opinion négative des États-Unis et de la société américaine en général (Katzenstein et Keohane 2006). Dans un essai de 1993, Mario Roy remarquait que l'antiaméricanisme est relativement répandu au Québec (Roy 1993). Une enquête menée par *La Presse* en 2004 le confirme en concluant que 40 % de la population québécoise a une opinion défavorable des États-Unis (Haglund 2005). Une autre citée par *Cyberpresse.ca* en octobre 2008 indique que 24 % des Québécois se disent ouvertement antiaméricains (Sans auteur 2008). Cet antiaméricanisme est souvent alimenté par les politiques américaines, comme en a témoigné la réaction négative des Québécois devant la décision de George W. Bush d'intervenir en Irak (Perreault 2003 : A1). Il réside aussi dans le réflexe de plusieurs de signaler les tares de la société américaine. Par exemple, un lecteur du blogue de Richard Héту écrivait qu'il ne « faut pas se leurer (*sic*), les américains (*sic*) sont racistes ». D'autres

15. Ce commentaire ainsi que les autres commentaires de lecteurs de Richard Héту cités ici se retrouvent dans les diverses sections du blogue du journaliste (Héту 2009).

n'hésitent pas à ridiculiser les valeurs, actions et opinions américaines, surtout lorsqu'elles vont à l'encontre des valeurs *dites* québécoises. À ce titre, un autre lecteur du blogue de Hétu qualifiait de « ridicule » un phénomène qui, au Tennessee, consiste à vendre des plaques d'immatriculation sur lesquelles figure un slogan pro-vie.

De tels commentaires – que des données quantitatives et des sondages ne permettent pas toujours de mettre en lumière, mais qui sont fréquents dans les réseaux familiaux, professionnels, amicaux ou universitaires – montrent qu'il est difficile pour certains d'accepter que les États-Unis soient différents du Québec. Il serait exagéré de conclure que des médias comme *La Presse* et Radio-Canada en sont les principaux responsables. Mais en affirmant que les États-Unis sont divisés entre une Amérique bleue et une Amérique rouge, les médias titillent la fibre antiaméricaine de certains. La thèse de la guerre culturelle porte effectivement les Québécois à croire que les « États rouges » n'ont rien en commun avec le Québec et que les habitants du Texas, de la Georgie ou encore de la Caroline du Nord sont *nécessairement* des républicains conservateurs qui veulent lutter contre des valeurs chères aux Québécois. On ne s'étonnera donc pas de voir la prétendue « Amérique rouge » devenir la principale cible des salves antiaméricaines des Québécois. Un lecteur de Richard Hétu affirmait par exemple que les démocrates « sont beaucoup moins excessifs [que les républicains] et [...] font la part des choses entre la religion et le l'état (*sic*) ». Un autre arguait que les « républicains avec leurs histoires de créationnisme et toutes ces foutaises sur la religion sont en train de faire régresser la société telle qu'on la connaît (*sic*) ». Ce que ces observateurs oublient est qu'il y a des démocrates pro-vie en Oklahoma et des républicains athées qui croient à la théorie de l'évolution... au Massachusetts !

Le débat sur la guerre culturelle est loin d'être clos. Des enjeux comme l'avortement et le mariage gai restent au cœur des polémiques américaines : pensons à la popularité de Sarah Palin, candidate républicaine à la vice-présidence en 2008, auprès de la droite chrétienne. Les élections américaines de 2006 ont toutefois marqué un tournant. Mécontente de la politique de Bush en Irak, la population a redonné aux démocrates le pouvoir au Congrès. Qui plus est, le comportement électoral des Américains a démontré que les États-Unis ne sont pas aussi divisés qu'on pourrait le croire. À titre indicatif, plusieurs démocrates ont été élus dans « l'Amérique rouge », comme les sénateurs John Tester au Montana et Jim Webb en Virginie, ainsi que les représentants Nicolas Lampson au Texas et Gabrielle Giffords en Arizona. La répartition des cinquante sièges de gouverneurs d'État après l'élection de 2006 ébranle également la thèse de James Davison Hunter. Les républicains ont perdu, entre autres, les États du Colorado, de l'Arizona et de l'Ohio. L'Amérique des gouverneurs ressemble ainsi à une mosaïque et non à un champ de bataille opposant le Nord et le Sud. De plus, près de la moitié des électeurs se sont déclarés modérés en 2006 ; seulement 20 % se sont dits libéraux et 32 % conservateurs (CNN 2006).

L'élection présidentielle de 2008 a elle aussi ébranlé l'idée que l'Amérique est polarisée et en guerre culturelle. La décision des votants républicains

de choisir un candidat centriste comme John McCain pour les représenter à l'élection générale – au lieu de candidats plus à droite comme Mike Huckabee et Fred Thompson – démontre que le parti de Reagan tente parfois l'aventure de la modération. Qui plus est, les victoires de Barack Obama en Virginie, en Indiana et en Caroline du Nord le jour du scrutin prouvent que des « forteresses » républicaines n'hésitent parfois pas à voter pour un démocrate favorable à l'avortement et au contrôle des armes à feu.

Les médias américains et québécois ont donné moins de crédit à la thèse de la guerre culturelle après les élections de 2006 et de 2008. Par exemple, un éditorialiste du *New York Times* écrivait que le « centre a repris le contrôle de l'Amérique », tandis qu'un correspondant de *La Presse* remarquait que « l'absolutisme moral » de la droite religieuse fait désormais « fuir les électeurs » (Brooks 2006 : 33 ; Hétu 2006d : A1).

S'ils persistent, ces développements marqueront une rupture avec la tendance des médias décrite plus haut. Il ne faut toutefois pas se réjouir trop hâtivement. Les médias américains retrouveront vite leurs vieux réflexes si les prochaines élections américaines sont plus serrées que celles de 2008 et ressemblent aux présidentielles de 2000 et de 2004. Les médias québécois aussi... avec cinq minutes de retard.

Frédéric GAGNON
Département de science politique
Université du Québec à Montréal
C.P. 8888, succ. Centre-ville
Montréal (Québec) H3C 3P8

Bibliographie

- ABRAMOWITZ Alan et Kyle SAUNDERS, 2005, « Why Can't We All Just Get Along ? The Reality of a Polarized America », *The Forum*, vol. 3, n° 2.
- ADAMS Michael, 2005, *American Backlash. The Untold Story of Social Change in the United States*, Toronto, Penguin Canada.
- ASSOCIATION CANADIENNE DES JOURNAUX (ACJ), 2007, « Daily Newspaper Paid Circulation Data », 11 janvier. Consulté sur Internet (www.cna-acj.ca/en/aboutnewspapers/circulation) le 18 mars 2007.
- ANGWIN Julia, 2004, « For Fox News, Ad-Sales Market Isn't Fair, Balanced », *The Wall Street Journal*, 20 mai.
- ANSOLABEHERE Stephen, Alan GERBER et James SNYDER JR., 2001, *Does TV Advertising Explain the Rise of Campaign Spending ? A Study of Campaign Spending and Broadcast Advertising Prices in US House Elections in the 1990s and 1970s*, octobre. Consulté sur Internet (econ-www.mit.edu/files/1211) le 12 décembre 2006.
- BETZ Hans-Georg, 2008, *États-Unis. Une nation divisée. Guerre culturelle et idéologique*, Paris, Autrement.
- BOUCHARD Lucien, 2003, « La réconciliation », *La Presse*, 31 mai.
- BROOKS David, 2006, « The Middle Muscles In », *The New York Times*, 9 novembre.
- BROWNSTEIN Ronald, 2003, « Poll Finds US. More Divided than Ever as " 50-50 nation" », *Chicago Tribune*, 6 novembre.
- BUCHANAN Patrick J., 1992, *1992 Republican National Convention Speech*, 17 août.
- CASEY Maria J., 2004, « La fracture », *La Presse*, 16 octobre.
- CHARRON Jean, 2001, « La nature politique du journalisme politique », *Les études de communication politique*, n° 15.

- CNN, 2004, *Election Results*. Consulté sur Internet (us.cnn.com/ELECTION/2004/pages/results/states/US/P/00/epolls.0.html) le 20 octobre 2006.
- CNN, 2006, « Exit Polls », *America Votes 2006*. Consulté sur Internet (edition.cnn.com/ELECTION/2006/pages/results/states/US/H/00/epolls.0.html) le 18 mars 2007.
- COOPER Anderson, 360 Degrees, 2004, « Soldier Sues over Stop-Loss Policy ; Candidates' Families Divided over Gay Marriage », *CNN Transcript*, 18 août. Consulté sur Internet (edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/0408/18/acd.00.html) le 22 novembre 2006.
- CROSSFIRE, 2004, « Jon Stewart's America », *CNN Transcript*, 15 octobre. Consulté sur Internet (transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/0410/15/cf.01.html) le 20 octobre 2006.
- DAVIS Nancy J. et Robert V. ROBINSON, 1996, « Are the Rumors of War Exaggerated ? Religious Orthodoxy and Moral Progressivism in America », *American Journal of Sociology*, n° 102, novembre : 756-787.
- DEMERATH III N.J., 2005, « The Battle over a US Culture War. A Note on Inflated Rethoric Versus Inflamed Politics », *The Forum*, vol. 3, n° 2.
- DIMAGGIO Paul, John EVANS et Bethany BRYSON, 1996, « Have Americans' Social Attitudes Become More Polarized ? », *American Journal of Sociology*, n° 102, novembre : 690-755.
- DIONNE E.J., 2003, « One Nation Deeply Divided », *Washington Post*, 3 novembre.
- DREHER Rod, 2004a, « Guerre culturelle », *La Presse*, 28 mars.
- DREHER Rod, 2004b, « Pourquoi ? Bush : terrorisme et moralité », *La Presse*, 4 novembre.
- FENNO Richard Jr., 1978, *Home Style. House Members in Their Districts*, New York, NY, Longman.
- FIORINA Morris P., Samuel J. ABRAMS et Jeremy C. POPE, 2005, *Culture War ? The Myth of a Polarized America*, NY, New York, Pearson Longman.
- FONTE John, 2000-2001, « Why There Is a Culture War. Gramsci and Toqueville in America », *Policy Review*, n° 104, décembre-janvier : 15-31.
- FRANK Thomas, 2004, *What's the Matter with Kansas ? How Conservatives Won the Heart of America*, New York, NY, Henry Holt and Company.
- FRANK Thomas, 2006, « The Culture Crusade of Kansas », *The New York Times*, 8 août.
- GAMSON William A., David CROTEAU, William HOYNES et Theodore SASSON, 1992, « Media Images and the Social Construction of Reality », *Annual Review of Sociology*, vol. 18 : 373-393.
- GILTIN Todd, 1995, *The Twilight of Common Dreams. Why America is Wracked by Culture Wars*, New York, NY, Metropolitan Books.
- GREENBERG Stanley, 2005, *The Two Americas. Our Current Political Deadlock and How to Break It*, New York, NY, St. Martin's Press.
- HAGEY Keach, 2007, « Washington Post Nabs Kornblut From the Times », *The Village Voice*, 24 janvier.
- HAGLUND David, 2005, *Does Quebec Have an « Obsession Anti-Américaine » ?*, avril. Consulté sur Internet (misc-icm.mcgill.ca/enpages/pdf/haglundseagramtext.pdf) le 22 novembre 2006.
- HÉTU Richard, 1995, « Hollywood et l'industrie de la musique au banc des accusés », *La Presse*, 11 juin.
- HÉTU Richard, 2004, « Les deux New York », *La Presse*, 17 octobre.
- HÉTU Richard, 2006a, « Iran. Les faucons de Washington s'activent », *La Presse*, 25 août.
- HÉTU Richard, 2006b, « Woodward en guerre », *La Presse*, 30 septembre.
- HÉTU Richard, 2006c, « L'acteur Michael J. Fox fait suer la droite américaine », *La Presse*, 26 octobre.
- HÉTU Richard, 2006d, « Les leçons d'un demi-triomphe », *La Presse*, 12 novembre.
- HÉTU Richard, 2009, « Le blogue de Richard Héту », *Cyberpresse.ca*. Consulté sur Internet (blogs.cyberpresse.ca/hetu) entre le 31 décembre 2006 et le 4 mars 2007.
- HUNTER James Davison, 1991, *Culture Wars. The Struggle to Define America*, New York, NY, Basic Books.
- HUNTER James Davison, 1994, *Before the Shooting Begins. Searching for Democracy in America's Culture War*, New York, The Free Press.
- IGNATIUS David, 2006, « Hollywood's Wars », *Washington Post*, 3 mars.

- JACOBY Russell, 1994, *Dogmatic Wisdom. How the Culture Wars Divert Education and Distract America*, New York, NY, Doubleday.
- JOHNSON Peter, 2006, « 10 Years Later, Fox News Turns Up the Cable Volume », *USA Today*, 1^{er} octobre.
- KATZENSTEIN Peter J. et Robert O. KEOHANE, 2006, « Anti-americanisms », *Policy Review*, n° 139, octobre-novembre.
- KNIGHT FOUNDATION, 2005, *Newsroom Diversity Trends at the 200 Largest US Newspapers*, juin. Consulté sur Internet (powerreporting.com/knight/top200.html) le 20 novembre 2006.
- LCN, 2005a, *Tristesse et colère chez les manifestants*, *Nouvelles*, 31 mars. Consulté sur Internet (lcn.canoe.ca/infos/lemonde/archives/2005/03/20050331-162202.html) le 22 novembre 2006.
- LCN, 2005b, « Terri Schiavo a été incinérée », *Nouvelles*, 4 avril. Consulté sur Internet (lcn.canoe.ca/infos/lemonde/archives/2005/04/20050404-201417.html) le 22 novembre 2006.
- MICKLETHWAIT John et Adrian WOOLDRIGE, 2004, *The Right Nation. Conservative Power in America*, New York, NY, Penguin Books.
- MEDIA RESEARCH CENTER, 2004, *CBS. Angry Democrats and « Polarized » Voters Are Bush's Fault*, 3 mars. Consulté sur Internet (www.mediarsearch.org/cyberalerts/2004/cyb20040304.asp#1) le 20 décembre 2006.
- NEUMAN Russell W., Marion R. JUST et Ann N. CRIGLER, 1992, *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*, Chicago, IL, Chicago University Press.
- ONU Nicolas G., 1989, *World of Our Making. Rules and Rule in Social Theory and International Relations*, Columbia, University of South Carolina Press.
- ONU Nicolas G., 1998, « Constructivism. A User's Manual », dans V. KUBALKOVA, N. Onuf et P. Kowert, *International Relations in a Constructed World*, Armonk, M.E. Sharpe : 58-78.
- O'REILLY Bill, 2000, *The O'Reilly Factor. The Good, the Bad, and the Completely Ridiculous in American Life*, New York, NY, Broadway.
- O'REILLY Bill, 2006a, *Culture Warrior*, New York, Broadway Books.
- O'REILLY Bill, 2006b, « The Truth about Michael J. Fox and Rush Limbaugh », *The O'Reilly Factor*, 27 octobre. Consulté sur Internet (www.foxnews.com/story/0,2933,225866,00.html) le 23 mars 2007.
- PERREAULT Laura-Julie, 2003, « Près de 150 000 personnes bravent le froid dans Montréal la pacifiste », *La Presse*, 16 février.
- PRÉMONT Karine, 2006, *La télévision mène-t-elle le monde ?*, Québec, QC, Presses de l'Université du Québec.
- PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2007, *Audiences*. Consulté sur Internet (www.stateofthemediamedia.org/2007/narrative_cabletv_audience.asp?cat=2&media=6) le 25 mars 2008.
- RADIO-CANADA, 2004, « Dieu est-il républicain ? », *Le Point*, 20 octobre. Consulté sur Internet (www.radio-canada.ca/actualite/v2/tj22h/archive50_200410.shtml) le 11 mars 2007.
- RADIO-CANADA, 2006, « Joyce Napier nous dit que cet amendement permet à Bush de rassurer sa base électorale », *Nouvelles*, 6 juin. Consulté sur Internet (www.radio-canada.ca/nouvelles/International/2006/06/05/004-Bush-mariage-gai.shtml) le 11 mars 2007.
- RADIO-CANADA, 2007, « Joyce Napier rapporte qu'Hillary Clinton polarise l'opinion aux États-Unis », *Nouvelles*, 20 janvier. Consulté sur Internet (www.radio-canada.ca/nouvelles/International/2007/01/20/002-clinton-candidate.shtml) le 20 avril 2008.
- RICHE Pascal, 2006, « Mariage gai. Bush en croisade », *Le Devoir*, 5 juin.
- RIEDER Jonathan (dir.), 2003, *The Fractious Nation ? Unity and Division in Contemporary American Life*, Berkeley, CA, University of California Press.
- RIOUX Christian, 2004, « Divisés, les Américains ? », *Le Devoir*, 18 septembre.
- RIOUX Christian, 2005, *Carnets d'Amérique*, Montréal, QC, Boréal.
- ROY Mario, 1993, *Pour en finir avec l'antiaméricanisme*, Montréal, QC, Boréal.
- RUBIN Bonnie Miller, 2006, « Are Gay Adoptions Shaping up as Nation's Next Culture Clash ? », *Chicago Tribune*, 20 mars.
- [Sans auteur], 2008, « Les Québécois champions de l'antiaméricanisme », *CNW-Telbec*, 22 octobre. Consulté sur Internet (www.newswire.ca/fr/releases/archive/October2008/22/c8179.html) le 20 novembre 2008.

- SCHEUFELE Dietram A., 1999, « Framing as a Theory of Media Effects », *Journal of Communication*, vol. 49, n° 1 : 103-122.
- SCHUMAN Howard, 2006, « The Validity of the 2004 "Moral Values" Question », *The Forum*, vol. 4, n° 2.
- SHACHTMAN Noah, 2004, « Online Matchmakers Give Dating a Partisan Tilt », *The New York Times*, 22 juillet.
- SINE Tom, 1995, *Searching for Sanity in America's Culture Wars*, Grand Rapids, Eerdmans.
- SIROIS Alexandre, 2004a, « L'Amérique fait des adieux fastueux à Reagan », *La Presse*, 12 juin.
- SIROIS Alexandre, 2004b, « Bush haché menu par le *New York Times* », *La Presse*, 18 octobre.
- SIROIS Alexandre, 2004c, « Présidentielles 2004. Lutte sans merci pour le Congrès à Washington », *La Presse*, 1^{er} novembre.
- SLACK Kevin, 1999, *Searching for Polarization in America's Culture Wars*, Communication présentée à la Butler University Undergraduate Research Conference, avril. Consulté sur Internet (www.iusb.edu/~journal/static/volumes/1999/Paper14.html) le 22 octobre 2008.
- STENGEL Richard, 2003, « 10 Questions for Bill O'Reilly », *The Time Magazine*, 6 octobre.
- THE FORUM, 2005, *Culture War in America. Myth or Reality ?*, vol. 3, n° 2, juillet. Consulté sur Internet (www.bepress.com/forum) le 15 novembre 2006.
- THE HARRIS POLL, 2005, *The Terri Schiavo Case. Paradoxically Most US Adults Approve of How Both Her Husband and Her Parents Behaved*, 15 avril. Consulté sur Internet (www.harrisinteractive.com/harris_poll/index.asp?PID=558) le 22 novembre 2006.
- THE O'REILLY FACTOR, 2009, *Foxnews.com*. Consulté sur Internet (www.foxnews.com/oreilly/about-the-show/index.html) le 20 novembre 2006.
- TIERNEY John, 2004, « A Nation Divided ? Who Says ? », *The New York Times*, 13 juin.
- TROY Gil, 2008, « Peace, Order and Good Government. America Style », *Policy Options*, octobre : 81-82.
- TUCHMAN Gaye, 1978, *Making News. A Study in the Construction of Reality*, New York, NY, The Free Press.
- VALKENBURG Patti M., Holli A. SEMETKO et Claes H. DE VREESE, 1999, « The Effects of News Frames on Readers' Thoughts and Recalls », *Communication Research*, vol. 26, n° 5, octobre : 550-569.
- WARREN James, 2006, « Perhaps We Americans Aren't Really That Polarized after All », *Chicago Tribune*, 23 octobre.
- WENDT Alexander E., 1999, *Social Theory of International Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- WILCOX Clyde, 1995, *Latest American Revolution. The 1994 Elections and Their Implications for Governance*, New York, NY, St. Martin's Press.
- WILLIAMS Rhys H. (dir.), 1997, *Cultural Wars in American Politics. Critical Reviews of a Popular Myth*, New York, NY, Aldine de Gruyter.
- WOLFE Alan, 2006, *Does American Democracy Still Work ?*, New Haven, CT, Yale University Press.
- WOLFENBERGER Donald R., 2004, « Pols Apart », *The Washington Quarterly*, automne : 49-59.
- WUTHNOW Robert, 1988, *The Restructuring of American Religion. Society and Faith since World War II*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- WUTHNOW Robert, 1989, *The Struggle for America's Soul. Evangelicals, Liberals, and Secularism*, Grand Rapids, Eerdmans.
- YOON Youngmin, 2005, « Legitimacy, Public Relations, and Media Access. Proposing and Testing a Media Access Model », *Communication Research*, vol. 32, n° 6, décembre : 762-793.
- ZAHN Paula, 2005, « Battle to Replace Justice Sandra Day O'Connor Begins », *CNN Transcript*, 1^{er} juillet. Consulté sur Internet (edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/0507/01/pzn.01.html) le 20 novembre 2006.